

Số: 2209/QĐ-UBND

Sơn La, ngày 13 tháng 9 năm 2021

QUYẾT ĐỊNH

Về việc phê duyệt Đề án Tuyên truyền, quảng bá xúc tiến thương mại,
xuất khẩu nông sản tỉnh Sơn La, giai đoạn 2021 - 2025

ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH SƠN LA

Căn cứ Luật Tổ chức chính quyền địa phương ngày 19/6/2015; Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Tổ chức chính phủ và Luật Tổ chức chính quyền địa phương ngày 22/11/2019;

Căn cứ Nghị quyết số 53/NQ-CP ngày 17/7/2019 của Chính phủ về giải pháp khuyến khích thúc đẩy doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp hiệu quả, bền vững;

Căn cứ Quyết định số 194/QĐ-TTg ngày 09/02/2021 của Thủ tướng Chính phủ về Phê duyệt Đề án Đổi mới phương thức kinh doanh tiêu thụ nông sản giai đoạn 2021-2025 định hướng đến năm 2030;


Căn cứ Quyết định số 2937/QĐ-UBND ngày 25/12/2020 của UBND tỉnh Sơn La về ban hành Kế hoạch Xúc tiến Thương mại tỉnh Sơn La giai đoạn 2021-2025;

Căn cứ Kế hoạch số 152/KH-UBND ngày 22/6/2021 của UBND tỉnh Sơn La về triển khai một số nhiệm vụ, giải pháp đẩy mạnh xúc tiến thương mại, tiêu thụ, xuất khẩu sản phẩm hàng hóa ứng phó với tác động của dịch Covid-19 năm 2021;

Theo đề nghị của Sở Kế hoạch và Đầu tư tại Tờ trình số 373/TTr-SKHĐT ngày 27/8/2021.

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Phê duyệt kèm theo Quyết định này Đề án tuyên truyền, quảng bá xúc tiến thương mại, xuất khẩu nông sản tỉnh Sơn La, giai đoạn 2021 – 2025.

Điều 2. Quyết định này có hiệu lực kể từ ngày ký ban hành. 

Điều 3. Chánh Văn phòng UBND tỉnh; Giám đốc các sở, ban, ngành; Chủ tịch UBND các huyện, thành phố; Thủ trưởng các cơ quan đơn vị có liên quan chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

Nơi nhận:

- TT. Tỉnh ủy (b/c);
- TT. HĐND tỉnh (b/c);
- Chủ tịch UBND tỉnh (b/c);
- Các Phó Chủ tịch UBND tỉnh;
- Các huyện ủy, thành ủy (phối hợp chỉ đạo);
- Như điều 3;
- Chánh văn phòng UBND tỉnh;
- Lưu: VT. Biên KT. 55 bản.

**TM. ỦY BAN NHÂN DÂN
KT. CHỦ TỊCH
PHÓ CHỦ TỊCH**



Nguyễn Thành Công

**ỦY BAN NHÂN DÂN
TỈNH SƠN LA**

**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc**

ĐỀ ÁN

**Tuyên truyền, quảng bá xúc tiến thương mại, xuất khẩu nông sản
tỉnh Sơn La, giai đoạn 2021 - 2025**

*(Ban hành kèm theo Quyết định số 2209/QĐ-UBND ngày 13/9/2021
của UBND tỉnh Sơn La)*

Phần thứ nhất

SỰ CẦN THIẾT, CĂN CỨ PHÁP LÝ XÂY DỰNG ĐỀ ÁN

I. SỰ CẦN THIẾT XÂY DỰNG ĐỀ ÁN

Sơn La là một tỉnh phía Tây Bắc, với diện tích tự nhiên 14.125 km², chiếm 4,27% diện tích cả nước, có tọa độ địa lý 20⁰39' - 20⁰02' độ vĩ Bắc và 103⁰02' - 105⁰11' độ kinh Đông. Phía Bắc giáp các tỉnh Yên Bái, Lai Châu; Phía Đông giáp các tỉnh Phú Thọ, Hòa Bình; Phía Tây giáp Tỉnh Điện Biên, Phía Nam giáp tỉnh Thanh Hóa và Nước CHDCND Lào, với chiều dài biên giới với tỉnh bạn là 250 km. Tỉnh Sơn La có hai cao nguyên rộng lớn là Nà Sản và Mộc Châu; tỉnh có nhiều tiềm năng phát triển nông nghiệp, trồng cây ăn quả trên đất dốc. Trong thời gian qua tỉnh Sơn La đã nỗ lực xây dựng hệ thống thông tin và đẩy mạnh việc quảng bá hình ảnh qua nhiều kênh thông tin truyền thông khác nhau, giúp người tiêu dùng, du khách nhận diện được hình ảnh sản phẩm nông sản tỉnh Sơn La.

Tuy nhiên, trước những đổi mới liên tục của công nghệ truyền thông và cách thức tiếp cận thông tin của công chúng trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, tỉnh Sơn La đang đứng trước những thách thức trong việc nâng cao hình ảnh và hiện đại hóa công tác tuyên truyền, quảng bá để thu hút sự quan tâm của giới đầu tư, giới chuyên gia, của nhân dân trong và ngoài nước một cách rộng rãi hơn và hiệu quả hơn, cụ thể:

Thứ nhất: Do ảnh hưởng của dịch Covid-19 nên cách thức tuyên truyền truyền thống không đáp ứng được yêu cầu đặt ra mà cần phải thay đổi hình thức tuyên truyền trực tuyến bằng cách sử dụng các phương tiện điện tử, công nghệ truyền thông, internet để quảng bá sản phẩm đến người tiêu dùng có sử dụng công nghệ, chuyển từ truyền thông trực tiếp sang trực tuyến.

Thứ hai: Trong thời điểm cách mạng công nghệ 4.0, việc phát triển của phương tiện truyền thông mang lại hiệu quả cao trong công tác tuyên truyền, quảng bá các sản phẩm nông sản tỉnh Sơn La.

Thứ ba: Trong những năm qua công tác truyền thông, quảng bá, xúc tiến vẫn còn hạn chế; còn thiếu và yếu về chất và lượng tuyên truyền, truyền thông mới chỉ dừng lại quảng bá trên báo chí và các phương tiện truyền thông. *W*

Thứ tư: Hiện nay, công tác tuyên truyền, quảng bá vẫn còn tình trạng chông chéo nhiệm vụ giữa các sở, ban, ngành với đơn vị sự nghiệp.

Thứ năm: Ngân sách chỉ cho công tác tuyên truyền còn hạn chế, chưa đáp ứng được nhu cầu về công tác tuyên truyền sâu rộng. Chưa có định mức chi nghiệp vụ thường xuyên hàng năm cho xúc tiến, quảng bá sản phẩm nông sản; trong khi nguồn xã hội hóa từ các doanh nghiệp, hợp tác xã rất khó khăn do các doanh nghiệp, hợp tác xã ở tỉnh chưa đủ mạnh về tiềm lực kinh tế, nhận thức còn hạn chế trong hoạt động tuyên truyền, quảng bá.

Thứ sáu: Phương thức, cách thức, nội dung tuyên truyền hiện chỉ dừng lại ở các sự kiện đơn lẻ, chưa thành hệ thống.

Từ những hạn chế, nhằm đánh giá đúng vị trí, vai trò của hoạt động tuyên truyền, quảng bá, xúc tiến trong những năm qua, đồng thời xác định rõ mục tiêu, nhiệm vụ, giải pháp về tuyên truyền quảng bá, xúc tiến của tỉnh trong thời gian tới, đưa việc quảng bá sản phẩm nông sản của tỉnh phát triển mạnh mẽ hơn nữa, góp phần tạo việc làm, tăng thu nhập cho nhân dân, trở thành động lực để đạt được các mục tiêu kinh tế - xã hội do Đại hội Đảng bộ tỉnh Sơn La lần thứ XV đã đề ra là rất cần thiết.

II. CĂN CỨ PHÁP LÝ XÂY DỰNG ĐỀ ÁN

1. Kết luận số 54-KL/TW ngày 07 tháng 8 năm 2019 của Bộ Chính trị về tiếp tục thực hiện Nghị quyết Trung ương 7 khóa X về nông nghiệp, nông dân;

2. Nghị quyết số 53/NQ-CP ngày 17 tháng 7 năm 2019 của Chính phủ về giải pháp khuyến khích thúc đẩy doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp hiệu quả, bền vững;

3. Quyết định số 194/QĐ-TTg ngày 09/02/2021 của Thủ tướng Chính phủ về Phê duyệt Đề án Đổi mới phương thức kinh doanh tiêu thụ nông sản giai đoạn 2021-2025 định hướng đến năm 2030;

4. Quyết định số 2937/QĐ-UBND ngày 25/12/2020 của UBND tỉnh Sơn La về ban hành Kế hoạch Xúc tiến Thương mại tỉnh Sơn La giai đoạn 2021-2025;

5. Kế hoạch số 152/KH-UBND ngày 22/6/2021 của UBND tỉnh Sơn La về triển khai một số nhiệm vụ, giải pháp đẩy mạnh xúc tiến thương mại, tiêu thụ, xuất khẩu sản phẩm hàng hóa ứng phó với tác động của dịch Covid-19 năm 2021;

Phần thứ hai

THỰC TRẠNG CÔNG TÁC TUYÊN TRUYỀN, QUẢNG BÁ, XÚC TIẾN TẠI TỈNH SƠN LA

Trong những năm qua hoạt động xúc tiến thương mại; thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm nông sản an toàn luôn được tỉnh Sơn La quan tâm, chú trọng phát triển nên nhận được sự quan tâm của cả hệ thống chính trị, nhân dân và cộng đồng các doanh nghiệp, hợp tác xã. Công tác tuyên truyền, quảng bá đã được triển khai đồng bộ, hiệu quả nên đã khai thác các nguồn lực trong và ngoài tỉnh để hỗ trợ các doanh nghiệp, hợp tác xã trong việc nâng cao năng lực kinh doanh, sản xuất.

tìm kiếm, mở rộng thị trường trong nước và xuất khẩu góp phần vào kết quả phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh, cụ thể:

1. Nội dung tuyên truyền

- Tuyên truyền về quan điểm, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước; nội dung và kết quả thực hiện các chiến lược, quy hoạch, chương trình, dự án của tỉnh về phát triển nông nghiệp.

- Tuyên truyền về tiềm năng phát triển nông nghiệp của tỉnh Sơn La, các kết quả đã đạt được trong quá trình phát triển của tỉnh; giới thiệu về sản phẩm nông sản chủ lực của tỉnh (*sự khác biệt, có khả năng cạnh tranh cao, mang thương hiệu ...*)

- Tuyên truyền về các sự kiện của xúc tiến, quảng bá về sản phẩm nông sản do tỉnh tổ chức trong nước, ngoài nước.

2. Cách thức, phương pháp truyền thông

- Thông tin tuyên truyền trên các phương tiện truyền thông, đơn vị báo, đài Truyền hình Trung ương (VTV), SCTV, Báo Công thương, Ban Truyền hình Đối ngoại (VTV4), Chương trình S - Việt Nam,... thực hiện Video, clip, phim phóng sự về giới thiệu về sản phẩm nông sản tỉnh Sơn La; giao Đài Phát thanh và Truyền hình Sơn La, Báo Sơn La xây dựng chuyên mục nông sản; giao UBND các huyện, thành phố xây dựng chuyên mục nông sản trên các trang thông tin điện tử. Quảng bá hình ảnh sản phẩm nông sản, điểm đến Sơn La trên mạng internet, trên trang thông tin điện tử của tỉnh và trang mạng xã hội.

- Xuất bản các ấn phẩm nông sản Sơn La để quảng bá tại các sự kiện trong và ngoài nước.

- Phối hợp với các báo, đài tuyên truyền rộng rãi về tiềm năng, lợi thế và sản phẩm nông sản tỉnh Sơn La, giới thiệu những chủ trương, chính sách của tỉnh, nhằm thu hút du khách và các nhà đầu tư đến với Sơn La.

- Tổ chức sự kiện về xúc tiến tiêu thụ nông sản an toàn tỉnh Sơn La tại thị trường lớn như thành phố Hà Nội, các tỉnh Lạng Sơn, Quảng Ninh, Thanh Hóa...; tổ chức chương trình xúc tiến thương mại thuộc chương trình xúc tiến thương mại Quốc gia.

- Tổ chức Hội nghị xúc tiến, tiêu thụ xuất khẩu nông sản tại các thành phố lớn như: Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, Hải Phòng, Đà Nẵng, Cần Thơ, Quảng Ninh, Lạng Sơn...

- Tham gia các chương trình hội chợ, triển lãm, hội nghị kết nối cung - cầu trong nước và quốc tế.

- Đẩy mạnh xúc tiến, quảng bá nông sản thông qua các sự kiện về văn hóa, thể thao và du lịch của tỉnh.

3. Các giải pháp về truyền thông

- Đã tuyên truyền qua các phương tiện thông tin đại chúng Trung ương và địa phương.

- Truyền thông lồng ghép qua các hoạt động và sự kiện do tỉnh tổ chức. *OK*

- Truyền thông qua hệ thống Internet và truyền thông qua các hoạt động khác như: Cung cấp tài liệu truyền thông về nông nghiệp đưa lên Cổng thông tin điện tử tỉnh và các tỉnh bạn để phóng viên, biên tập viên các cơ quan báo chí trung ương và địa phương tham khảo; xây dựng, xuất bản ấn phẩm về thương mại để tổ chức truyền thông tại các hội chợ, hội thảo, hội nghị...

4. Chính sách hỗ trợ cho công tác tuyên truyền

Nghị quyết số 128/NQ-HĐND ngày 28/2/2021 của Hội đồng nhân dân về ban hành chính sách khuyến khích đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn trên địa bàn tỉnh Sơn La.

5. Đánh giá ưu điểm, tồn tại, hạn chế và bài học kinh nghiệm

5.1. Ưu điểm

- Từ năm 2017 đến nay, tỉnh Sơn La đã tập trung thực hiện các hoạt động truyền thông như: Tổ chức thành công trên 80 sự kiện về xúc tiến tiêu thụ nông sản an toàn tỉnh Sơn La tại thị trường lớn như thành phố Hà Nội, các tỉnh Lạng Sơn, Quảng Ninh, Thanh Hóa...; Tổ chức các chương trình Xúc tiến Thương mại tại thị trường Trung Quốc; Đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến thương mại thông qua việc tham gia các Hội chợ, Hội nghị trong nước và quốc tế; Xây dựng các ấn phẩm, tài liệu phục vụ cho hoạt động xúc tiến với nhiều ngôn ngữ khác nhau (*Nhật, Trung, Hàn, Anh*), đồng thời lồng ghép các hoạt động xúc tiến đầu tư thông qua các chương trình đối ngoại, trao đổi học tập kinh nghiệm tại các nước và làm việc với Đại sứ quán các nước (*Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc, Mỹ, Australia, Indonesia, Malaysia, Liên Bang Nga, Pháp ...*), các nhà tài trợ, các tổ chức phi chính phủ trong và ngoài nước để quảng bá, giới thiệu tiềm năng thế mạnh của tỉnh. Giai đoạn 2016 – 2020, công tác truyền thông góp phần trong việc tiêu thụ sản phẩm nông sản tỉnh Sơn La; giá trị hàng hóa tham gia xuất khẩu năm 2020 ước đạt 112 triệu USD, bình quân giai đoạn 2016-2020 đạt 97,6 triệu USD/năm.

- Tỉnh Sơn La hiện đã ban hành các chính sách hỗ trợ các hợp tác xã, doanh nghiệp trong sản xuất nông nghiệp; được tham gia triển lãm sản phẩm nông nghiệp tiêu biểu của tỉnh khi tỉnh tổ chức các hội nghị lớn. Được tham gia quảng bá giới thiệu sản phẩm nông nghiệp an toàn tại các triển lãm hội chợ do tỉnh và trung ương tổ chức trên địa bàn cả nước.

- Các sản phẩm nông sản của tỉnh Sơn La hiện tại hầu hết đã có thương hiệu riêng và được nhiều người tiêu dùng biết đến, ngoài ra các doanh nghiệp hợp tác xã cũng đã chủ động trong việc sản xuất thông qua các đợt giới thiệu sản phẩm tại các triển lãm nông sản.

- Công tác tuyên truyền, quảng bá thương mại sản phẩm ngày càng được đẩy mạnh, thị trường tiêu thụ và kết nối tiêu thụ sản phẩm nông sản ngày càng mở rộng trên toàn quốc cũng như xuất khẩu ra nước ngoài.

5.2. Tồn tại, hạn chế

Bên cạnh những kết quả đạt được, công tác tuyên truyền, quảng bá, xúc tiến của tỉnh vẫn còn một số tồn tại như: *Od*

- Hoạt động tuyên truyền, quảng bá chưa phong phú về hình thức, hấp dẫn về nội dung; việc cung cấp thông tin chưa đáp ứng được nhu cầu các nhà đầu tư, người tiêu dùng.

- Ngôn ngữ sử dụng các ấn phẩm mới chỉ có Tiếng Việt và Tiếng Anh, Tiếng Trung chưa tiếp cận được thị trường lớn khác.

- Sản phẩm tuyên truyền chưa thực hiện nhiều tại thị trường nước ngoài.

5.3. Nguyên nhân

- Nguồn kinh phí hàng năm cho hoạt động tuyên truyền quảng bá phát triển sản phẩm nông sản tỉnh Sơn La còn hạn chế; chi phí tổ chức, tham gia các hoạt động quảng bá, xúc tiến thương mại tại thị trường quốc tế cao, dẫn đến hiệu quả và chất lượng của một số hoạt động trong công tác xúc tiến quảng bá chưa đạt được kết quả như mong muốn.

- Một số doanh nghiệp, hợp tác xã chưa nhận thức rõ tầm quan trọng của hoạt động quảng bá, xúc tiến trong chiến lược kinh doanh của đơn vị, xem việc quảng bá, xúc tiến là nhiệm vụ của các cơ quan nhà nước, từ đó làm hạn chế sự đồng hành của doanh nghiệp trong nhiều hoạt động xúc tiến, quảng bá.

- Công tác phối hợp trong việc tổ chức một số hoạt động xúc tiến, quảng bá còn chưa đồng nhất, đồng bộ, thiếu chặt chẽ.

5.3. Bài học kinh nghiệm

- Cần đẩy mạnh tuyên truyền qua các phương tiện thông tin đại chúng Trung ương và địa phương về các sản phẩm nông sản tỉnh Sơn La.

- Thực hiện các hoạt động truyền thông truyền thống, áp dụng công nghệ vào tổ chức thực hiện.

- Thực hiện ứng dụng công nghệ thông tin trong công tác truyền thông.

- Có sự phối hợp giữa các sở, ngành, địa phương liên quan trong việc tổ chức các hoạt động xúc tiến, quảng bá.

Phần thứ ba NỘI DUNG CỦA ĐỀ ÁN

I. QUAN ĐIỂM, MỤC TIÊU

1. Quan điểm

- Đổi mới cách thức, nội dung tuyên truyền, quảng bá phải gắn với từng mùa vụ, từng sản phẩm chủ lực; tăng cường ứng dụng công nghệ trong công tác thông tin, truyền thông về sản phẩm nông sản.

- Đa dạng hóa nội dung, hình thức tuyên truyền trên tất cả các phương tiện thông tin đại chúng, trọng tâm truyền thông trên các kênh có sức lan tỏa lớn, chính thống như: VTV, VTC, STV, HTV, TTHN, các cơ quan báo Trung ương, báo Sơn La, ngành Công thương và Đầu tư. *om*

2. Mục tiêu

2.1. Mục tiêu chung

- Xây dựng tổng thể, thống nhất các hoạt động thông tin, truyền thông trên các phương tiện thông tin đại chúng theo hướng chuyên nghiệp hóa, được thực hiện theo lộ trình ưu tiên, trọng tâm, trọng điểm với các đối tác có chuyên môn, kỹ thuật và kinh nghiệm truyền thông cao, đặc biệt là các đài Trung ương, các đài có diện phủ sóng lớn.

- Đa dạng hóa các loại hình tuyên truyền; lồng ghép các hình thức truyền thông, kết hợp truyền thông truyền thống với ứng dụng khoa học, kỹ thuật, công nghệ; tăng cường công tác truyền thông trên các trang mạng thương mại điện tử để mở rộng thị trường.

- Xây dựng được các mô hình truyền thông điển hình, tạo sự lan tỏa lớn; phối hợp với các nhân vật có sự ảnh hưởng lớn để quảng bá cho các thương hiệu nông sản Sơn La.

2.2. Mục tiêu cụ thể

- Trong 5 năm 2021-2025 tuyên truyền trên truyền hình Trung ương 205 lượt tin, phóng sự, chuyên đề, chuyên mục phóng sự cho 10 sản phẩm nông sản chủ lực của tỉnh, riêng năm 2021 tuyên truyền được 34 tin, bài, phóng sự, chuyên đề, chuyên mục. Truyền thông trên các báo trung ương, tạp chí, báo ngành, trong 5 năm là 450 gói truyền thông, riêng năm 2021 là 78 gói.

- Duy trì 71 cuộc truyền thông truyền thống kết hợp với ứng dụng công nghệ thông tin trong 5 năm, riêng năm 2021 tổ chức 16 cuộc như: Kết hợp quảng bá truyền thống với công tác truyền thông, bán hàng trực tuyến, bán hàng Online; Tham gia các sự kiện xúc tiến thương mại do các tỉnh tổ chức; Tổ chức các sự kiện về quảng bá nông sản

- Lồng ghép các loại hình truyền thông: Kết hợp xúc tiến thương mại với xúc tiến nông nghiệp, đầu tư.

II. THỜI GIAN, PHẠM VI VÀ ĐỐI TƯỢNG CỦA ĐỀ ÁN

1. Thời gian: Đề án triển khai thực hiện từ năm 2021 đến năm 2025.

2. Phạm vi và đối tượng

2.1. Phạm vi

Tuyên truyền, quảng bá các sản phẩm nông sản và nông sản an toàn tỉnh Sơn La; xúc tiến mở rộng thị trường trong và ngoài nước.

2.2. Đối tượng:

Là những cá nhân, đơn vị doanh nghiệp, hợp tác xã trên địa bàn tỉnh Sơn La có tham gia sản xuất, kinh doanh thương mại, sản phẩm nông sản an toàn. *QNT*

III. NHIỆM VỤ VÀ GIẢI PHÁP

1. Nội dung tuyên truyền

- Thực hiện tuyên truyền về các sản phẩm chủ lực của các huyện, thành phố theo từng mùa vụ, từng sản phẩm trên các cơ quan truyền thông chính thống, của Trung ương, địa phương, của ngành.

- Tuyên truyền về quan điểm, chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước, nội dung và kết quả thực hiện các chiến lược, quy hoạch, chương trình, dự án của tỉnh về phát triển nông nghiệp.

- Tuyên truyền về tiềm năng về phát triển nông nghiệp của tỉnh Sơn La, các kết quả đã đạt được trong quá trình phát triển của tỉnh; sản phẩm nông sản đặc trưng, chủ lực của tỉnh.

- Tuyên truyền về các sự kiện của xúc tiến, quảng bá về sản phẩm nông sản do tỉnh tổ chức trong và ngoài tỉnh.

2. Nhiệm vụ

2.1. Đẩy mạnh công tác tuyên truyền để vận động người dân Sơn La tin dùng các sản phẩm nông sản của Sơn La.

2.2 Truyền thông trên các Báo, đài truyền hình Trung ương và địa phương.

2.3. Tận dụng lợi thế, ưu điểm của các phương tiện truyền thông trên internet để quảng bá các sản phẩm nông nghiệp an toàn.

2.4. Kết hợp các loại hình truyền thông truyền thống với ứng dụng công nghệ 4.0 để nâng cao hiệu quả trong thời gian diễn ra dịch bệnh.

2.5. Xây dựng các ấn phẩm, chuyên đề, chuyên mục về nông sản để phục vụ công tác truyền thông.

2.6. Xây dựng các nội dung truyền thông, quảng bá, xúc tiến thương mại truyền thông phù hợp với tình hình mới.

2.7. Kết hợp các loại hình xúc tiến thương mại, du lịch và đầu tư để nâng cao hiệu quả, tiết kiệm ngân sách.

3. Giải pháp thực hiện Đề án

3.1. Chương trình tuyên truyền, quảng bá về sản phẩm nông sản an toàn tỉnh Sơn La trên sóng phát thanh - truyền hình

- Xây dựng chương trình tuyên truyền, quảng bá về sản phẩm nông sản an toàn tỉnh Sơn La trên truyền hình Trung ương như: Đài truyền hình Việt Nam (VTV1, VTV3, VTV4...), VTC, VOV, truyền hình Quốc hội..

- Thực hiện các chuyên mục, phóng sự giới thiệu về nông sản an toàn tỉnh Sơn La trên các kênh truyền hình như: Chương trình SVietNam giới thiệu về sản vật Sơn La; chương trình Việt Nam thức giấc về sản phẩm nông nghiệp theo từng mùa vụ; con đường nông sản... *ad*

- Thực hiện truyền thông trên các báo điện tử như: Báo chính phủ, tuổi trẻ, báo Công thương, 24h... và các báo chuyên ngành như: Công thương, Đầu tư, Thương mại...

3.2. Tuyên truyền trên cơ quan truyền thông và báo địa phương

- Thực hiện xây dựng phóng sự, đưa tin về nông sản tỉnh Sơn La trên sóng Đài truyền hình tỉnh Sơn La. Xây dựng chuyên mục đưa tin về nông sản tỉnh Sơn La trên Báo Sơn La, trang thông tin của các Sở, ban, ngành, UBND các huyện, thành phố.

- Xây dựng ấn phẩm nông sản bao gồm ấn phẩm in và ấn phẩm điện tử bằng các thứ tiếng, trong đó xây dựng xây dựng bộ ấn phẩm riêng cho một số thị trường trọng điểm.

- Đăng tải thông tin và liên kết với các website của các tỉnh, thành phố lớn trên các nước để thông tin, quảng bá giới thiệu về sản phẩm nông sản an toàn tỉnh Sơn La tới thị trường trong nước và quốc tế.

- In tờ rơi, tập gấp, kẹp file, túi đựng tài liệu, túi đựng sản phẩm nông sản... phục vụ chương trình quảng bá xúc tiến sản phẩm nông sản.

3.3. Truyền thông theo hình thức truyền thống

- Truyền thông qua các chương trình hoạt động, diễn đàn, hội nghị, hội thảo, hội chợ, triển lãm trong và ngoài nước để tuyên truyền, quảng bá về sản phẩm nông sản của tỉnh.

- Truyền thông tại các sự kiện xúc tiến đầu tư, thương mại và du lịch của tỉnh Sơn La được tổ chức trong và ngoài tỉnh.

- Kết hợp quảng bá truyền thông với công tác truyền thông, bán hàng trực tuyến, bán hàng Online.

3.4. Thực hiện ứng dụng công nghệ thông tin trong công tác truyền thông

- Tuyên truyền, phổ biến, nâng cao nhận thức của doanh nghiệp, người tiêu dùng về thương mại điện tử, các mô hình 4.0 thông qua các phóng sự và hoạt động truyền thông đa kênh trên môi trường trực tuyến.

- Sản xuất các đoạn phim ngắn, videoclip đăng, đăng tải trên mạng xã hội, kênh Youtube nhằm cung cấp hình ảnh trực quan, sống động nhất giúp cho quảng bá các giá trị sản phẩm nông sản; nhận diện thương hiệu và dễ thu hút sự quan tâm của du khách và người tiêu dùng.

- Thực hiện livestream bán hàng trực tuyến đối với các sản phẩm nông sản an toàn tỉnh Sơn La.

- Xây dựng, vận hành và nâng cấp sàn thương mại điện tử.

- Tuyên truyền sản phẩm nông sản an toàn tỉnh Sơn La trên các sàn thương mại điện tử: Lazada, Shopee, Postmart, Sendo, Tiki...

- Đầu tư nâng cấp hệ thống máy chủ, đường truyền, lưu trữ, thuê đặt baner quảng cáo trên các trang website nổi tiếng. *cat*

- Duy trì và nâng cấp trang thông tin điện tử của Trung tâm Xúc tiến đầu tư.

3.5. Truyền thông qua các hoạt động khác

Xây dựng và duy trì các quầy giới thiệu, quảng bá sản phẩm nông sản an toàn, xuất khẩu tỉnh Sơn La tại các huyện, thành phố.

IV. KINH PHÍ THỰC HIỆN

1. Nguồn kinh phí thực hiện Đề án bao gồm: Ngân sách Nhà nước (trung ương, địa phương); các nguồn tài trợ, nguồn huy động hợp pháp khác từ các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước theo quy định của pháp luật.

2. Tổng kinh phí: 20.650.000.000 đồng (trong đó năm 2021 là: 3.755.000.000 đồng).

(Phụ lục chi tiết kèm theo)

V. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Sở Kế hoạch và Đầu tư

- Hàng năm trình UBND tỉnh ban hành Kế hoạch cụ thể thực hiện các nhiệm vụ cụ thể của Đề án theo từng năm.

- Chủ trì phối hợp với các sở, ban, ngành; UBND các huyện, thành phố tham mưu thực hiện các hoạt động thông tin, tuyên truyền, tổ chức các sự kiện thương mại phù hợp với điều kiện phát triển của địa phương.

- Phối hợp với Sở Tài chính tham mưu trình UBND tỉnh bố trí nguồn ngân sách hàng năm để thực hiện Đề án. Có trách nhiệm phân bổ, giao dự toán; quản lý, sử dụng, thanh quyết toán kinh phí theo quy định về phân cấp quản lý tài chính.

- Chủ trì phối hợp với các Sở, ban, ngành, UBND các huyện, thành phố thu hút các nhà đầu tư đến đầu tư cơ sở chế biến, bảo quản nông sản, chợ đầu mối, các trung tâm thương mại của tỉnh.

- Là cơ quan đầu mối trong việc đôn đốc, tổng hợp báo cáo các nhiệm vụ truyền thông đã đề ra tại Đề án.

- Chủ trì, phối hợp với sở, ban, ngành làm việc với các cơ quan truyền thông để hỗ trợ Sơn La trong việc tuyên truyền tìm đầu ra cho sản phẩm.

2. Sở Tài chính

- Chủ trì, phối hợp Sở Kế hoạch và Đầu tư cân đối nguồn ngân sách tỉnh hàng năm theo Đề án được duyệt phục vụ cho hoạt động truyền thông; hướng dẫn, giám sát việc sử dụng kinh phí đúng quy định.

- Huy động các nguồn lực để đảm bảo đầy đủ kinh phí phục vụ công tác tuyên truyền, quảng bá, giới thiệu sản phẩm.

3. Sở Công thương

- Hàng năm xây dựng Kế hoạch chi tiết triển khai các hoạt động của Đề án.

- Hỗ trợ mở rộng thị trường; xây dựng trang thương mại điện tử; xây dựng *and*

các chính sách để thúc đẩy tiêu thụ nông sản trong tình hình mới.

- Phối hợp với Sở Kế hoạch và Đầu tư thu hút các nhà đầu tư đến đầu tư cơ sở chế biến, bảo quản nông sản, chợ đầu mối, các trung tâm thương mại của tỉnh; phối hợp trong việc tổ chức các sự kiện xúc tiến thương mại.

- Phối hợp với Sở Kế hoạch và Đầu tư làm việc với các cơ quan truyền thông của ngành Công thương để hỗ trợ Sơn La trong việc tuyên truyền tìm đầu ra cho sản phẩm.

4. Sở Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn

- Hàng năm xây dựng Kế hoạch chi tiết triển khai các hoạt động của Đề án.

- Chủ trì hướng dẫn, quản lý, giám sát các mã số vùng trồng xuất khẩu; hướng dẫn sản xuất nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao, áp dụng quy trình VietGap, GlobalGap, nông nghiệp hữu cơ để phục vụ công tác tuyên truyền tiêu thụ, chế biến và xuất khẩu sản phẩm nông sản.

- Phối hợp với các Khoa học và Công nghệ thực hiện công tác xây dựng, duy trì và phát triển chỉ dẫn địa lý, bảo hộ thương hiệu, nhãn hiệu sản phẩm nông sản để phục vụ công tác tuyên truyền phát triển thị trường và tiêu thụ sản phẩm.

- Phối hợp với các Sở: Kế hoạch và Đầu tư; Công thương trong việc giới thiệu các điểm đến tuyên truyền về nông sản an toàn

- Phối hợp với Sở Kế hoạch và Đầu tư thu hút các nhà đầu tư đến đầu tư các dự án nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao

- Chủ trì làm việc với các cơ quan truyền thông của ngành Nông nghiệp để hỗ trợ Sơn La trong việc tuyên truyền các nông sản chủ lực của tỉnh, nông sản được sản xuất theo tiêu chuẩn tiên tiến, hữu cơ, công nghệ cao, nông sản có thương hiệu nhằm quảng bá phát triển thị trường nông sản Sơn La.

5. Sở Thông tin và Truyền thông

- Hàng năm xây dựng Kế hoạch chi tiết triển khai các hoạt động của Đề án.

- Chủ trì hướng dẫn và tổ chức thực hiện các quy định của pháp luật về hoạt động báo chí, truyền thông trên địa bàn;

- Chủ trì cấp phép các hoạt động thông tin, truyền thông đảm bảo các quy định của pháp luật về tuyên truyền

6. Báo Sơn La, Đài Phát thanh và Truyền hình tỉnh

- Hàng năm xây dựng Kế hoạch chi tiết triển khai các hoạt động của Đề án.

- Phối hợp với các sở, ban, ngành xây dựng chuyên mục nông sản tỉnh Sơn La; tăng cường tin, bài tuyên truyền về chủ trương chính sách phát triển thương mại; các hoạt động tuyên truyền quảng bá tiềm năng phát triển sản phẩm nông sản của tỉnh.

- Hỗ trợ các đơn vị, doanh nghiệp, hợp tác xã trên địa bàn tỉnh tuyên truyền, quảng bá và giới thiệu sản phẩm về thương mại. *OM*

7. Ủy ban nhân dân các huyện, thành phố

- Phối hợp với các Sở, ban, ngành xây dựng kế hoạch phối hợp tuyên truyền. Hàng năm theo mùa vụ báo cáo tiến độ thu hái để cung cấp cho các cơ quan truyền thông để có kế hoạch tuyên truyền kịp thời.

- Chuẩn bị các điều kiện cần thiết để cung cấp cho cơ quan truyền thông phục vụ công tác tuyên truyền.

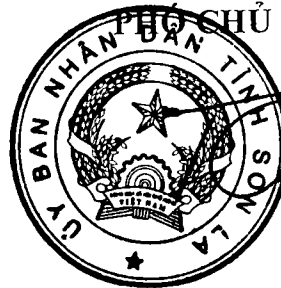
- Chuẩn bị các sản phẩm mẫu, sản phẩm đạt tiêu chuẩn gửi cơ quan truyền thông để xây dựng các nội dung truyền thông.

Trên đây là đề án tuyên truyền, quảng bá xúc tiến thương mại, xuất khẩu nông sản tỉnh Sơn La, giai đoạn 2021 - 2025. Đề nghị các đơn vị căn cứ chức năng, nhiệm vụ xây dựng Kế hoạch triển khai thực hiện Đề án./. *g*

TM. ỦY BAN NHÂN DÂN

KT. CHỦ TỊCH

PHÓ CHỦ TỊCH




Nguyễn Thành Công




Phụ lục: Nhiệm vụ và Kinh phí thực hiện Đề án tuyên truyền, quảng bá xúc tiến thương mại, xuất khẩu nông sản tỉnh Sơn La, giai đoạn 2021 - 2025

Ban hành kèm theo Quyết định số ~~2209~~ /QĐ-UBND ngày 13/9/2021 của UBND tỉnh Sơn La)


STT	Nội dung	Đơn vị tính	Số lượng tuyên truyền năm 2021	Số lượng tuyên truyền 5 năm	Đơn giá	Thành tiền (đồng)		Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Đơn vị thực hiện	Ghi chú
						Tổng số	Trong đó năm 2021				
A	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)
I	TUYÊN TRUYỀN TRÊN CƠ QUAN TRUYỀN THÔNG TRUNG ƯƠNG		107	540		12.600.000.000	2.480.000.000	-	-	-	-
1	Chương trình tuyên truyền, quảng bá về sản phẩm nông sản an toàn tỉnh Sơn La trên sóng phát thanh - truyền hình		29	150		8.700.000.000	1.700.000.000	-	-	-	-
1.1	Chương trình S Vietnam giới thiệu về sản vật Sơn La	Chuyên mục	5	25	90.000.000	2.250.000.000	450.000.000	Sở Kế hoạch và Đầu tư	Các Sở: Công thương; NNPTNT; UBND các huyện, thành phố và các đơn vị liên quan	Trung tâm Xúc tiến đầu tư tỉnh Sơn La	




	Đơn vị tính	Số lượng tuyên truyền năm 2021	Số lượng tuyên truyền 5 năm	Đơn giá	Thành tiền (đồng)		Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Đơn vị thực hiện	Ghi chú	
					Tổng số	Trong đó năm 2021					
1.2	Chương trình Việt Nam thức giấc về sản phẩm nông nghiệp theo từng mùa vụ: Mận, Xoài, Nhãn, Dây Tây, Bơ, Hồng Giòn	Chuyên mục	4	20	70.000.000	1.400.000.000	280.000.000	Sở Kế hoạch và Đầu tư	Các Sở: Công thương; NNPTNT; UBND các huyện, thành phố và các đơn vị liên quan	Trung tâm Xúc tiến đầu tư tỉnh Sơn La	
1.3	Phóng sự con đường nông sản phát trên kênh VTV1	Phóng sự	1	5	99.000.000	495.000.000	99.000.000	Sở Kế hoạch và Đầu tư	Các Sở: Công thương; NNPTNT; UBND các huyện, thành phố và các đơn vị liên quan	Trung tâm Xúc tiến đầu tư tỉnh Sơn La	
1.4	Phóng sự bạn của nhà nông phát trên VTV2	phóng sự	1	5	66.000.000	330.000.000	66.000.000	Sở Kế hoạch và Đầu tư	Các Sở: Công thương; NNPTNT; UBND các huyện, thành phố và các đơn vị liên quan	Trung tâm Xúc tiến đầu tư tỉnh Sơn La	



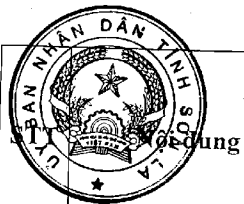
	Đơn vị tính	Số lượng tuyên truyền năm 2021	Số lượng tuyên truyền 5 năm	Đơn giá	Thành tiền (đồng)		Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Đơn vị thực hiện	Ghi chú	
					Tổng số	Trong đó năm 2021					
1.5	Đưa tin quảng bá nông sản trên Chương trình thời sự và các chương trình chính luận	Tin	5	25	55.000.000	1.375.000.000	275.000.000	Sở Kế hoạch và Đầu tư	Các Sở: Công thương; NNPTNT; UBND các huyện, thành phố và các đơn vị liên quan	Trung tâm Xúc tiến đầu tư tỉnh Sơn La	
1.6	Chương trình Vietnam Discovery phát trên kênh VTV4	Phóng sự	1	5	125.000.000	625.000.000	125.000.000	Sở Kế hoạch và Đầu tư	Các Sở: Công thương; NNPTNT; UBND các huyện, thành phố và các đơn vị liên quan	Trung tâm Xúc tiến đầu tư tỉnh Sơn La	
1.7	Phóng sự về thương hiệu Việt trên kênh VTC	Phóng sự	1	5	40.000.000	200.000.000	40.000.000	Sở Kế hoạch và Đầu tư	Các Sở: Công thương; NNPTNT; UBND các huyện, thành phố và các đơn vị liên quan	Trung tâm Xúc tiến đầu tư tỉnh Sơn La	



	Đơn vị tính	Số lượng tuyên truyền năm 2021	Số lượng tuyên truyền 5 năm	Đơn giá	Thành tiền (đồng)		Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Đơn vị thực hiện	Ghi chú	
					Tổng số	Trong đó năm 2021					
1.8	Truyền thông trên các cơ quan truyền thông của Trung ương đồng trên địa bàn tỉnh: VOV, Truyền hình Quốc hội; Truyền hình thông tấn	Chuyên mục	5	25	40.000.000	1.000.000.000	200.000.000	Sở Kế hoạch và Đầu tư	Các Sở: Công thương; NNPTNT; UBND các huyện, thành phố và các đơn vị liên quan	Trung tâm Xúc tiến đầu tư tỉnh Sơn La	
1.9	Quảng bá các sản phẩm nông sản của tỉnh Sơn La trên Kênh phát thanh đối ngoại quốc gia - VOV5 bằng 12 thứ tiếng (Việt, Anh, Pháp, Nhật, Nga, Đức, Trung Quốc, Lào, Thái Lan, Campuchia, Indonesia, Tây Ban Nha)	Tin, phóng sự	5	25	25.000.000	625.000.000	125.000.000	Sở Thông tin và Truyền thông	Các Sở: Kế hoạch và Đầu tư; Công thương; NNPTNT; UBND các huyện, thành phố và các đơn vị liên quan	Sở Thông tin và Truyền thông	
1.10	Chương trình truyền thông trên kênh VTC16-Kênh truyền hình chuyên biệt về Nông nghiệp - Nông thôn - Nông dân	Phóng sự	1	10	40.000.000	400.000.000	40.000.000	Sở Thông tin và Truyền thông	Các Sở: Kế hoạch và Đầu tư; Công thương; NNPTNT; UBND các huyện, thành phố và các đơn vị liên quan	Sở Thông tin và Truyền thông	




	Đơn vị tính	Số lượng tuyên truyền năm 2021	Số lượng tuyên truyền 5 năm	Đơn giá	Thành tiền (đồng)		Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Đơn vị thực hiện	Ghi chú	
					Tổng số	Trong đó năm 2021					
2	Xây dựng chuyên mục đưa tin về nông sản trên các Báo, tạp chí Trung ương	78	390		3.900.000.000	780.000.000	-	-	-	-	
2.1	Truyền thông trên các báo điện tử	50	250		2.500.000.000	500.000.000	-	-	-	-	
-	Báo chính phủ	Gói	5	25	10.000.000	250.000.000	50.000.000	Báo Sơn La	Các Sở: Công thương; NNPTNT; UBND các huyện, thành phố và các đơn vị liên quan	Báo Sơn La	
-	Tuổi trẻ	Gói	5	25	10.000.000	250.000.000	50.000.000	Báo Sơn La	Các Sở: Công thương; NNPTNT; UBND các huyện, thành phố và các đơn vị liên quan	Báo Sơn La	



	Đơn vị tính	Số lượng tuyên truyền năm 2021	Số lượng tuyên truyền 5 năm	Đơn giá	Thành tiền (đồng)		Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Đơn vị thực hiện	Ghi chú
					Tổng số	Trong đó năm 2021				
- Ngày nay	Gói	5	25	10.000.000	250.000.000	50.000.000	Báo Sơn La	Các Sở: Công thương; NNPTNT; UBND các huyện, thành phố và các đơn vị liên quan	Báo Sơn La	
- Công thông tin điện tử Bộ Công thương	Gói	5	25	10.000.000	250.000.000	50.000.000	Sơ Kế hoạch và Đầu tư	Các Sở: Công thương; NNPTNT; UBND các huyện, thành phố và các đơn vị liên quan	Trung tâm Xúc tiến đầu tư tỉnh Sơn La	
- 24h	Gói	5	25	10.000.000	250.000.000	50.000.000	Báo Sơn La	Các Sở: Công thương; NNPTNT; UBND các huyện, thành phố và các đơn vị liên quan	Báo Sơn La	




Nội dung	Đơn vị tính	Số lượng tuyên truyền năm 2021	Số lượng tuyên truyền 5 năm	Đơn giá	Thành tiền (đồng)		Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Đơn vị thực hiện	Ghi chú
					Tổng số	Trong đó năm 2021				
- Báo điện tử VOV	Gói	5	25	10.000.000	250.000.000	50.000.000	Báo Sơn La	Các Sở: Công thương; NNPTNT; UBND các huyện, thành phố và các đơn vị liên quan	Báo Sơn La	
- Doanh nghiệp và Thương hiệu	Gói	5	25	10.000.000	250.000.000	50.000.000	Báo Sơn La	Các Sở: Công thương; NNPTNT; UBND các huyện, thành phố và các đơn vị liên quan	Báo Sơn La	
- Doanh nhân trẻ Việt Nam	Gói	5	25	10.000.000	250.000.000	50.000.000	Báo Sơn La	Các Sở: Công thương; NNPTNT; UBND các huyện, thành phố và các đơn vị liên quan	Báo Sơn La	




	Đơn vị tính	Số lượng tuyên truyền năm 2021	Số lượng tuyên truyền 5 năm	Đơn giá	Thành tiền (đồng)		Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Đơn vị thực hiện	Ghi chú	
					Tổng số	Trong đó năm 2021					
-	Tintucvietnam	Gói	5	25	10.000.000	250.000.000	50.000.000	Báo Sơn La	Các Sở: Công thương; NNPTNT; UBND các huyện, thành phố và các đơn vị liên quan	Báo Sơn La	
-	Suckhoecongdongonline	Gói	5	25	10.000.000	250.000.000	50.000.000	Báo Sơn La	Các Sở: Công thương; NNPTNT; UBND các huyện, thành phố và các đơn vị liên quan	Báo Sơn La	
2.2	<i>Truyền trên các báo chuyên ngành</i>		28	140		1.400.000.000	280.000.000	-	-	-	-
-	Báo công thương	Gói	7	35	10.000.000	350.000.000	70.000.000	Sơ Kế hoạch và Đầu tư	Các Sở: Công thương; NNPTNT; UBND các huyện, thành phố và các đơn vị liên	Trung tâm Xúc tiến đầu tư tỉnh Sơn La	




STT	Nội dung	Đơn vị tính	Số lượng tuyên truyền năm 2021	Số lượng tuyên truyền 5 năm	Đơn giá	Thành tiền (đồng)		Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Đơn vị thực hiện	Ghi chú
						Tổng số	Trong đó năm 2021				
									quan		
-	Báo đầu tư	Gói	7	35	10.000.000	350.000.000	70.000.000	Sở Kế hoạch và Đầu tư	Các Sở: Công thương; NNPTNT; UBND các huyện, thành phố và các đơn vị liên quan	Trung tâm Xúc tiến đầu tư tỉnh Sơn La	
-	Báo Nông thôn Ngày nay	Gói	7	35	10.000.000	350.000.000	70.000.000	Sở Kế hoạch và Đầu tư	Các Sở: Công thương; NNPTNT; UBND các huyện, thành phố và các đơn vị liên quan	Trung tâm Xúc tiến đầu tư tỉnh Sơn La	




	Đơn vị tính	Số lượng tuyên truyền năm 2021	Số lượng tuyên truyền 5 năm	Đơn giá	Thành tiền (đồng)		Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Đơn vị thực hiện	Ghi chú	
					Tổng số	Trong đó năm 2021					
-	Báo Thương mại	Gói	7	35	10.000.000	350.000.000	70.000.000	Sở Kế hoạch và Đầu tư	Các Sở: Công thương; NNPTNT; UBND các huyện, thành phố và các đơn vị liên quan	Trung tâm Xúc tiến đầu tư tỉnh Sơn La	
II	TUYÊN TRUYỀN TRÊN CƠ QUAN TRUYỀN THÔNG ĐỊA PHƯƠNG		23	130		1.800.000.000	250.000.000	-	-	-	-
1	Xây dựng phóng sự, đưa tin về nông sản trên sóng Đài truyền hình tỉnh Sơn La	Phóng sự	10	60	10.000.000	600.000.000	100.000.000	Đài truyền hình Sơn La	Các Sở: Công thương; NNPTNT; VH TT & DL; UBND các huyện, thành phố và các đơn vị liên quan	Đài truyền hình Sơn La	
2	Xây dựng chuyên mục đưa tin về nông sản trên Báo Sơn La, trang thông tin của các Sở, ban, ngành; UBND các huyện, thành phố	Phóng sự	6	30	10.000.000	300.000.000	60.000.000	Báo Sơn La		Báo Sơn La	




STT	Đơn vị tính	Số lượng tuyên truyền năm 2021	Số lượng tuyên truyền 5 năm	Đơn giá	Thành tiền (đồng)		Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Đơn vị thực hiện	Ghi chú
					Tổng số	Trong đó năm 2021				
	Xây dựng chuyên mục đưa tin về nông sản trên trang thông tin của các Sở, ban, ngành; UBND các huyện, thành phố	Phòng sự	6	30	-	-	Các Sở, ban, ngành; UBND các huyện, thành phố	Báo Sơn La	Các Sở, ban, ngành; UBND các huyện, thành phố	
3	Sản xuất phim, đĩa DVD quảng bá tuyên truyền về sản xuất nông sản tiêu biểu của tỉnh	Đĩa		5	90.000.000	450.000.000	-	Sở Kế hoạch và Đầu tư	Trung tâm Xúc tiến đầu tư tỉnh Sơn La	
4	In tờ rơi, tập gấp, kẹp file, túi đựng tài liệu... phục vụ các chương trình quảng bá xúc tiến sản phẩm nông sản	Tờ	1	5	90.000.000	450.000.000	90.000.000	Sở Kế hoạch và Đầu tư	Trung tâm Xúc tiến đầu tư tỉnh Sơn La	
III	TRUYỀN THÔNG THEO HÌNH THỨC TRUYỀN THÔNG		17	85	-	-	-	-	-	-
1	Kết hợp quảng bá truyền thông với công tác truyền thông, bán hàng trực tuyến, bán hàng Online	Cuộc	6	30			Sở Kế hoạch và Đầu tư		Trung tâm Xúc tiến đầu tư tỉnh Sơn La	Ngân sách hàng năm



	Đơn vị tính	Số lượng tuyên truyền năm 2021	Số lượng tuyên truyền 5 năm	Đơn giá	Thành tiền (đồng)		Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Đơn vị thực hiện	Ghi chú
					Tổng số	Trong đó năm 2021				
2	Tham gia các sự kiện xúc tiến thương mại do các tỉnh tổ chức	Cuộc	5	25			Sở Kế hoạch và Đầu tư		Trung tâm Xúc tiến đầu tư tỉnh Sơn La	Ngân sách hàng năm
3	Tổ chức các sự kiện về quảng bá nông sản trực tiếp	Cuộc	6	30			Sở Kế hoạch và Đầu tư		Trung tâm Xúc tiến đầu tư tỉnh Sơn La	Ngân sách hàng năm
IV	ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ THÔNG TIN TRONG CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG		9	46		3.750.000.000	525.000.000	-	-	-
1	Livestream bán hàng trực tuyến	Gói	1	5	100.000.000	500.000.000	100.000.000	Sở Kế hoạch và Đầu tư	Các Sở: Công thương; NNPTNT; UBND các huyện, thành phố và các đơn vị liên quan	Trung tâm Xúc tiến đầu tư tỉnh Sơn La
2	Tuyên truyền trên các sàn thương mại điện tử: Lazada, Shopee; Postmart; Sendo, Voso, Tiki, Alibaba, Chotot.....	Gói	2	10	100.000.000	1.000.000.000	200.000.000	Sở Kế hoạch và Đầu tư	Các Sở: Công thương; NNPTNT; UBND các huyện, thành phố và các đơn vị liên	Trung tâm Xúc tiến đầu tư tỉnh Sơn La



STT	Đơn vị tính	Số lượng tuyên truyền năm 2021	Số lượng tuyên truyền 5 năm	Đơn giá	Thành tiền (đồng)		Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Đơn vị thực hiện	Ghi chú	
					Tổng số	Trong đó năm 2021					
								quan			
3	Quảng bá các sản phẩm trên YouTube	Gói	1	5	100.000.000	500.000.000	100.000.000	Sở Kế hoạch và Đầu tư	Các Sở: Công thương; NNPTNT; UBND các huyện, thành phố và các đơn vị liên quan	Trung tâm Xúc tiến đầu tư tỉnh Sơn La	
4	Xây dựng sàn thương mại điện tử	Sàn thương mại		1	1.500.000.000	1.500.000.000	-	Sở Kế hoạch và Đầu tư	Các đơn vị liên quan	Trung tâm Xúc tiến đầu tư tỉnh Sơn La	
5	Thuê dịch vụ duy trì hoạt động trang thông tin điện tử	Gói	5	25	25.000.000	250.000.000	125.000.000	Sở Kế hoạch và Đầu tư; Sở Công Thương, Trung tâm XTĐT		Sở Kế hoạch và Đầu tư; Sở Công Thương, Trung tâm XTĐT	



	Đơn vị tính	Số lượng tuyên truyền năm 2021	Số lượng tuyên truyền 5 năm	Đơn giá	Thành tiền (đồng)		Đơn vị chủ trì	Đơn vị phối hợp	Đơn vị thực hiện	Ghi chú
					Tổng số	Trong đó năm 2021				
V	KINH PHÍ DỰ PHÒNG (Thực hiện nhiệm vụ tuyên truyền, quảng bá theo nhiệm vụ được giao phát sinh)	Năm	5	500.000.00 0	2.500.000.000	500.000.000	Sở Kế hoạch và Đầu tư	Các Sở: Công thương; NNPINT; UBND các huyện, thành phố và các đơn vị liên quan	Trung tâm Xúc tiến đầu tư tỉnh Sơn La	#REF!
Tổng cộng:		156	806		20.650.000.000	3.755.000.000				